

# Werbung oder Sie machen's alle

Autor(en): **Riegler, Elfie / Hansen, Gunter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebenspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **123 (1997)**

Heft 2

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-596688>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

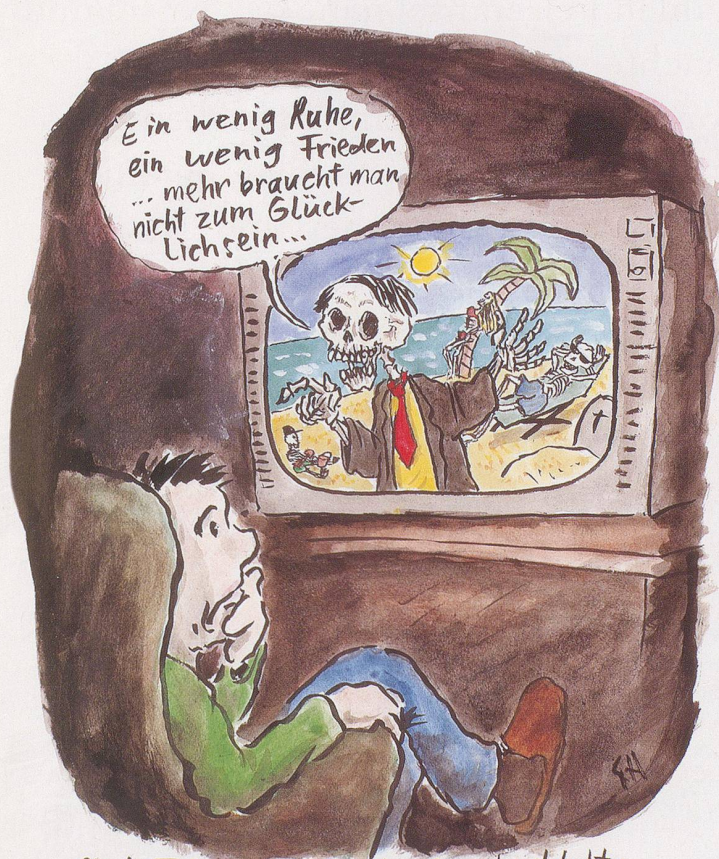


Preisfrage: Was muss der weibliche Mensch tun, um schön zu sein und zu bleiben?

Bitte kommen Sie mir nicht mit Gemeinplätzen wie *früh zu Bett, richtig ernähren, positiv denken* undsoweiter.

Denn trotz der Formel VVV (Vormitternachtsschlaf, Vegetarismus, Verzicht auf Alkohol) schlägt die Zeit erbarmungslos zu.

Nein, die richtige Antwort auf die eingangs gestellte Frage lautet: Um schön zu sein, muss die Frau ein Chemiestudium absolviert haben.



Als der Tod das Werbefernsehen für sich entdeckte.

Text: Elfie Riegler  
Illustration: Gunther Hansen

Ein kleiner Streifzug durch die Kosmetikabteilungen unserer Warenhäuser beweist: Ohne die entsprechende Vorbildung sind Sie beim Kauf eines Pflegeproduktes schon von vornherein chancenlos. Darüber hinaus benötigen Sie die Phantasie eines Science-Fiction-Autors.

Sie glauben, eine simple Nachtcreme erstanden zu haben? Irrtum! Winzige Hydroxy-Ceramide sind für Sie am Werk! Diese für das menschliche Auge unsichtbaren Ritter ohne Furcht und Tadel jagen unermüdlich die freien und unfreien Radikalen, die sich ungeniert auf Ihrem wehrlosen Teint tummeln, während Sie brav der Nachtruhe pflegen.

Tagsüber wiederum sollte Ihre Haut dem Kosmetikfabrikanten zufolge unbedingt von der innovativen Alpha-Hydroxy-Acid- (kurz AHA-) Technologie profitieren. Dieses zur Salbe mutierte Aha-Erlebnis schützt und tonifiziert vor allem die reife Epidermis (na also). Dafür sorgen in erster Linie hypoallergene Intensiv-Feuchtigkeitfaktoren, marine Wirkstoffkomponenten, embryonale Säfte und ein paar weitere unappetitliche Kleinigkeiten. So wird das mit den Jahren erworbene unliebsame ästhetische Defizit Ihres Teints perfekt ausgeglichen, und Sie sind wieder wie neu. Bei guter Pflege können Sie noch jahrelang halten.

Ringe unter den Augen? Das neue Real Genuine Timeless Eye Soother Repair Gel Force 4 (vollständiger Text an der Abendkasse) verhilft Ihnen garantiert zu einer deutlichen Verflachung des Augenzonenreliefs.

Pro-Retinol und Por-Elastyl, das beliebte Brüderpaar, reparieren und renovieren zuverlässig die durch externe und interne Aggressoren gleichermaßen geschwächten Elastinfasern, ein Phänomen, von dem nicht einmal Michelle Pfeiffer verschont bleibt.

Damit beenden wir das Kapitel Kosmetika und bewegen uns – bildlich gesprochen natürlich – auf Haushaltsartikel zu.

Denn auch diese bleiben vom Werbelatein nicht verschont. Meine neue Küchenschere zum Beispiel besitzt laut Verpackungsaufschrift *gute Schneideigenschaften*. Und das Sandkübelchen plus Schäumelchen, die ich meiner Enkelin – einer hinreissenden Strandschönheit von eineinhalb Jahren – unlängst kaufte, erhielt vom Hersteller gar das Prädikat *spielstabil*.

Ja, was soll denn eine Schere anderes tun als schneiden? Und haben Sie schon einmal einen spiellablen Sandkübel gesehen?

Wenn den Werbern die Ideen ausgehen, streuen sie uns Verbrauchern den Sand gleich pfundweise in die Augen.

Das gilt auch für Fernsehspots, in denen junge Mütter mit windelweicher Stimme betuern, die von ihnen benutzten Produkte der Marke Plempers seien ein Stück Mutterliebe, um den Popo ihres Sprösslings gewickelt.

Der Werber, der diesen Spruch kreiert hat, muss ein hochgradiger Sadist mit gestörter Mutterbeziehung sein: Man braucht ja nur einen Moment lang zu überlegen, was die lieben Babys mit dem Stück kuscheliger Mutterliebe tun, das ihnen mehrmals täglich mit den besten Wünschen für lange Trockenzeiten umgetan wird.

Es tut mir leid, und ich bitte Sie für meine Vulgarität vielmals um Vergebung, aber es gibt darauf nur eine einzige Antwort: Die lieben Kinderchen sch... drauf.